**Практичне заняття.**

**Тема 12. Технології і інструменти комунікативного менеджменту.**

**Мета практичного заняття – визначити і навчитися розрізняти технології і інструменти комунікативного менеджменту**

**План**

1.Продовжити речення:

2.ТЕСТИ

3.Заповніть таблицю

4.Завдання

**1.Продовжити речення:**

**1.Інформаційна технологія** — цілеспрямована організована сукупність…

**2.Інформаційні технології** — сукупність методів, виробничих і ….

**3.Комунікативний менеджмент використовує такі технології та інструменти:**

1)…

2)…

3)…

4)…

5)…

6)…

**4.Види сучасних інформаційних технологій:**

1)…

2)…

3)…

4)…

**5.Інструменти маркетингу:**

1. Робота з продуктом ….

2. Визначення ціни ….

3. Розподіл ….

4. Комунікації ….

**6.Комунікативний менеджмент** - це самостійний вид…

**7.Зв'язки з громадськістю (public relations) – це…**

**8.Паблік рілейшнз** - це особлива функція управління, яка сприяє ….

**9.Інвестор-релейшнз (investor relations)** – технологія менеджменту, спрямована на ….

**10.Медіа-рілейшнз** — це форма взаємовідносин ….

**2.ТЕСТИ**

**Тести №1.**

**1. Термін “інформація” означає:**

1. відомості;
2. знання;
3. повідомлення;
4. синонім сліва “наука”, “ідея”;
5. сигнал, що циркулює в технічних каналах комунікацій.

**2. Одиницею виміру кількості інформації є:**

1. слово;
2. буква;
3. двоїчна одиниця;
4. електричний сигнал.

**3. Інформаційний (комунікаційний) менеджмент —це:**

1. концепція організації інформаційної діяльності в організації;
2. вид управлінської діяльності;
3. система внутрішніх комунікацій організації у сфері управління інформацією;
4. система аналізу та управління інформаційними потоками і ресурсами організації.

**4. Теорію комунікації розробив:**

* 1. В. М. Глушков;
  2. Н. Вінер;
  3. К. Шенон;
  4. А. Енштейн;
  5. У. Вівер.

**5. Існують такі види об’єктів управління:**

* 1. соціальні;
  2. технічні;
  3. колективні;
  4. індивідуальні.

**6. Формальні комунікації поділяють на такі види:**

* 1. зіркоподібні;
  2. діагональні;
  3. вертикальні;
  4. горизонтальні;
  5. внутрішні;
  6. зовнішні.

**7. При класифікації інформаційного забезпечення розробки й**

**ухвалення управлінських рішень в організації використовують**

**такі ознаки:**

* 1. наявність вибору для зміни певного існуючого стану;
  2. зміна обставин діяльності;
  3. наявність схожих обставин;
  4. різка зміна обставин діяльності;
  5. наявність визначеної мети діяльності.

**8. Зазначте, яке з цих тлумачень означає інформаційний маркетинг:**

* 1. комплекс заходів, що спрямовані на повне задоволення потреб користувача;
  2. специфічний вид управлінської діяльності з вивчення інформаційного ринка та активного впливу на попит з метою збуту інформаційних продуктів і послуг;
  3. усі зазначені.

**9. Зазначте, на яких етапах процесу управління найбільш**

**важливі характеристики інформації за обсягом, її науковою і**

**технічною новизною:**

* 1. при оцінюванні ситуації;
  2. при визначенні мети;
  3. при розробці управлінських рішень;
  4. при даванні команд.

**10. Зазначте види інформаційної діяльності згідно з функціями інформаційних процесів:**

* 1. інформаційне обслуговування;
  2. інформаційне забезпечення;
  3. інформаційне повідомлення;
  4. інформаційне консультування;
  5. усі зазначені.

**Тести №2.**

**1. Значення інформаційно-комунікаційного менеджменту у**

**суспільній сфері полягає у такому:**

* 1. в інформаційному забезпеченні всіх видів і форм менеджменту;
  2. якісному інформаційному забезпеченні процесів управління в організації;
  3. управлінні інформаційними ресурсами;
  4. управлінні комунікаціями;
  5. управлінні інформаційним простором.

**2. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у соціальній**

**сфері суспільства розуміють як:**

* 1. систему управління інформаційно-комунікаційною сферою суспільства;
  2. сукупність сучасних процесів, методів, засобів та форм управління соціальною і виробничою сферами;
  3. галузь діяльності, що забезпечує організацію роботи з інформацією;
  4. технологію, компонентами якої є документ та інформація, технічні і програмні засоби забезпечення інформаційних процесів;
  5. нормативно встановлені процедури формування і використання інформаційних ресурсів;
  6. вид менеджменту та технологію управління комунікаційними процесами і відносинами у соціальній сфері суспільства на основі принципів, форм і методів соціального, правового і політичного менеджменту і маркетингу.

**3. Проблеми комунікації з прадавніх часів вивчалися:**

* 1. логікою:
  2. лінгвістикою;
  3. риторикою;
  4. граматикою;
  5. діалектикою;
  6. герменевтикою;
  7. педагогікою;
  8. соціологією;
  9. семіотикою;
  10. документалістикою;
  11. усім зазначеним.

**4. Суб’єктом соціальної комунікації є:**

* 1. інформація;
  2. документ;
  3. особистість;
  4. усе зазначене.

**5. Автокомунікація — це:**

* 1. спілкування людини із собою;
  2. вид соціальної комунікації;
  3. внутрішній комунікаційний канал;
  4. аналіз особистого “Я”;
  5. особистий досвід;
  6. внутрішній діалог;
  7. усе зазначене.

**6. Об’єктом комунікаційної діяльності є:**

* 1. індивід;
  2. група людей;
  3. соціальна спільнота;
  4. біологічна пам’ять;
  5. психічна пам’ять;
  6. соціальна пам’ять.

**7. Суб’єктом комунікаційної діяльності є:**

* 1. комунікант;
  2. рецепієнт;
  3. мідікомунікація;
  4. мікрокомунікація;
  5. макрокомунікація.

**8. Зв’язок між комунікацією і суспільною свідомістю відбувається у сфері:**

* 1. соціальної психології;
  2. суспільних наук;
  3. суспільно-політичної ідеології;
  4. усього зазначеного.

**9. Поняття суспільна свідомість містить:**

* 1. сукупність поглядів і настанов;
  2. ставлення людей до держави;
  3. ставлення до традицій і норм суспільного життя;
  4. знання, емоції та оцінки;
  5. усе зазначене.

**10. Типом суспільної свідомості є:**

* 1. масова;
  2. групова;
  3. індивідуальна;
  4. державна;
  5. антидержавна.

**3.Заповніть таблицю**

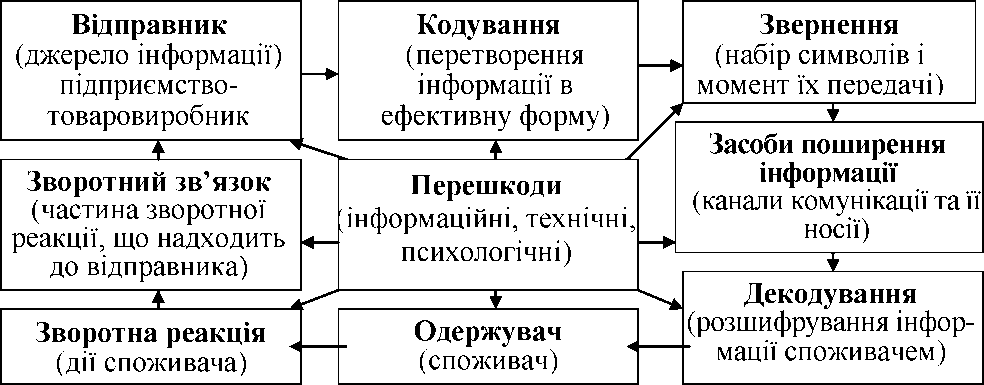
(охарактеризувати маркетингові інформаційні комунікації)

**Маркетингові інформаційні комунікації**

|  |  |
| --- | --- |
| **Назва** | **Характеристика** |
| Реклама |  |
| Піар |  |
| Паблік рілейшинз |  |
| Медіа-рілейшнз |  |

**4.Завдання**

Розгляньте схему. Охарактеризуйте елементи процесу маркетингових комунікацій

****

**Рис. 1. Елементи процесу маркетингових комунікацій**

1. Відправник - ...
2. Зворотній зв'язок -…
3. Кодування - …
4. Звернення -…
5. Перешкоди -…
6. Зворотна реакція -…
7. Одержувач -…
8. Засоби поширення інформації - …
9. Декодування -…

**Рекомендована література:**

1. Виноградський, М. Д. Організація праці менеджера : навч. посіб.для студ. екон. вузів / М. Д. Виноградський, А. М. Виноградська, О. М. Шканова. - К. : Кондор, 2010. - 414 с.
2. Грайворонський М. В., Новіков О. М. Безпека інформаційнокомунікаційних систем : підруч. - К. : Видавнича група ВНV, 2009. - 608 с.
3. Діденко А.Н. Сучасне діловодство : навч. посіб. / А. Н. Діденко ; Діденко А. Н. - 5-те вид.,. - К. : Либідь, 2009. - 384 с.
4. Етика ділового спілкування : навч. посіб./ [За ред. Т.Б. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук ]. - К. : ЦУЛ, 2017. - 344 с.
5. Засєкіна Л. В., Пастрик Т. В. Основи психології та міжособове спілкування: навч. посіб. - К.: Медицина, 2015. - 216 с.
6. Квіт С. Масові комунікації : підруч./ [ Квіт С. ]. - К. : КМ Академія, 2008. - 206 с.
7. Комп'ютерні технології обробки облікової інформації : навч. посіб. / [Під ред. В. Є. Ходакова]. - Херсон; К. : Олді-плюс; Ліра-К, 2012. - 534 с.
8. Корж, А. В. Документознавство. Зразки документів праводілової сфери : навч. посіб. /[Корж А. В.]. - 3-тє вид, стереотип. - К. : КНТ, 2009. - 372 с. 20
9. Ломачинська І. М., Якимюк Ю. П., Ломачинська Л. В. Документальноінформаційні комунікації в системі соціальних комунікацій : навч. посіб. - 3-тє вид., перероб. і доп. - К. : ЦУЛ, 2014. - 336 с.
10. Нёльке К. Проведение презентаций= Prasentieren/ [К. Нёльке]. - 2-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2007. - 144 с.
11. Новак В. О. Організаційна поведінка : підруч. / О.О. Новак, Т.Л. Мостенська, О.В. Ільєнко. - К. : Кондор, 2013. - 498 с.
12. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія професійної комунікації : навч. посіб./ [Л. Е. Орбан-Лембрик]. – Чернівці : Книги-ХХІ, 2010. - 528 с.
13. Основи реклами і зв'язків із громадськістю : підруч./ [за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна]. - К. : Київський університет, 2011. - 431 с.
14. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті : курс лекцій/ Г.В. Осовська. - К. : Кондор, 2008. - 218 с.